

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО  
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
“КАЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ФИНАНСОВО-  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ”

Кафедра микроэкономики

**Методическая разработка**  
по дисциплине «Экономика отраслевых рынков»  
для проведения семинарских,  
практических занятий и самостоятельной работы студентов, обучающихся  
по направлению 080100.62 «Экономика»

Казань 2008

Обсуждена на заседании кафедры микроэкономики 22.04.08, протокол №7.

Составитель: к.э.н., доцент Сафиуллина К.Г.

Рецензенты: д.э.н., профессор Губайдуллина Т.Н.

к.э.н., профессор Игошкин В.С.

## **Введение**

Интеграционные процессы и формирование единого экономического пространства, первые зачатки экономики будущего – экономики, основанной на знаниях, - все это потребовало новой системы образования для создания адекватного рынка рабочей силы. Укрепление образовательного, интеллектуального, научно-технического потенциала – задачи первостепенной важности, обеспечивающие конкурентоспособность этих задач. Общие базовые принципы высшего образования призваны обеспечить эффективное решение этих задач. Новые задачи касаются содержания учебных курсов, методики преподавания учебных дисциплин.

Один из многих желаемых (и перспективных) результатов – повышение активности получения студентами знаний и навыков. Стремительно нарастающая информация, быстрое моральное обесценивание полученных ранее знаний и появление новых, делает особенно важным умение получить новые знания. Новое время ставит новые грандиозные задачи, которые можно решить только при тесном взаимодействии практики, образования и науки. Несомненно, важнейшее место принадлежит здесь дисциплине «Экономике отраслевых рынков». Сегодня, когда формируется единое европейское и мировое образовательное и научное пространство, особенно остро ощущается значимость фундаментальной подготовки, которая всегда была и остается приоритетом всех подразделений института.

Подготовленная методическая разработка способствует системному изучению дисциплины «Экономики отраслевых рынков» студентами, обучающимися по профессионально-ориентированным программа «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» и «Финансы и кредит», обучающимся по направлению 080100.62 «Экономика». Она включает: вопросы для обсуждения, задачи, контрольные вопросы и задания для самостоятельной

работы студентов (тематику для написания проектов, экономических эссе), список литературы.

Семинарские занятия по дисциплине «Экономика отраслевых рынков» проводятся с целью изучения и усвоения студентами теоретических вопросов, связанных с экономикой отраслевых рынков. Уровень усвоения студентами теоретического материала проверяется по средствам опроса по основным вопросам темы.

Контрольные вопросы и задания предназначены для проверки качества усвоения лекционного материала. Ответы на контрольные вопросы и задания готовятся студентами самостоятельно и проверяются преподавателем на семинарских занятиях.

Решение задач, тестов, подготовка проектов, экономических эссе позволяют студентам применять теоретические знания, полученные на лекционных и семинарских занятиях к практике изучения «Экономики отраслевых рынков».

## **Основная часть**

*Тема 1. Введение в экономику отраслевых рынков. Предмет и методология (1 занятие)*

### *Вопросы для обсуждения*

1. Становление дисциплины экономики отраслевых рынков.
2. Концептуально-теоретические истоки экономики отраслевых рынков.
3. Методология экономики отраслевых рынков. Предмет, особенности, задачи.

### *Контрольные вопросы*

1. Каков вклад представителей Гарвардской и Чикагской школ в развитии дисциплины экономика отраслевых рынков?
2. Исследуйте парадигму “структура – поведение - результат” и ее роль в исследовании экономики отраслевых рынков.
3. Дайте примеры, показывающие существование прямых и обратных причинно-следственных связей в рамках парадигмы.
4. Определите развитие теоретико-игрового подхода и эконометрических исследований и их влияние на исследование экономики отраслевых рынков.
5. Назовите основные школы и направления в экономике отраслевых рынков.
6. Дайте определение основных понятий, характеризующих условия функционирования отраслевого рынка.
7. Каковы мотивы выделения экономики отраслевых рынков как отдельного экономического курса?
8. Что является предметом экономики отраслевых рынков?

9. В чем состоит различие между экономикой отраслевых рынков и микроэкономикой?
10. В чем суть Гарвардской парадигмы?
11. Охарактеризуйте объект анализа экономики отраслевых рынков.
12. Расскажите об историко-экономической основе анализа экономики отраслевых рынков.
13. Какова взаимосвязь структуры рынка, поведения фирмы и результативности отрасли?
14. В чем выражается результативность функционирования отраслевых рынков?
15. В чем суть многоуровневого подхода к оценке результативности отраслевых рынков?
16. Почему экономический рост можно назвать проявлением результативности функционирования отраслевых рынков?
17. Как можно оценить результативность естественных монополий?

### *Задания для самостоятельной работы*

#### *Тесты*

1. Важность изучения дисциплины экономики отраслевых рынков определяется:
  - а) исследованием в этой области оказывает непосредственное влияние на внедрение государственной политики;
  - б) регулированием или дерегулированием отраслей инфраструктуры;
  - в) поддержанием конкуренции;
  - г) теоретическим фундаментом антимонопольной политики.
2. Под рыночной структурой понимаются:
  - а) условия, в которых протекают экономические процессы;

- б) условия, в которых протекают экономическая нестабильность;
- в) условия, в которых протекает экономическая конкуренция;
- г) экономическая взаимосвязь.

3. Экономическая конкуренция предполагает:

- а) войну экономических агентов;
- б) равные доли рынков каждому из агентов;
- в) на рынке находится единственный продавец;
- г) соревнование экономических агентов на рынке потребителей.

4. Автор высказывания “Экономический анализ – это теория, статистика и история”:

- а) Д. Стиглер;
- б) Й. Шумпетер;
- в) Э. Мэйсон;
- г) Д. Бэйн.

5. Успех производителя продукции (услуги) на рынке совершенной конкуренции зависит от:

- а) высокого качества товара;
- б) возможности влиять на цену;
- в) возможности снизить издержки;
- г) возможности сговора производителей.

6. Необходимое условие для существования общего экономического равновесия при совершенной конкуренции – это:

- а) фиксированный уровень издержек и горизонтальная кривая предложения во всех отраслях;
- б) государственное регулирование экономики;
- в) неограниченность всех ресурсов;
- г) максимизация полезности для всех потребителей.

7. Все условия Парето – оптимальности соблюдаются только при:

- а) регулируемой монополии;
- б) совершенной конкуренции;
- в) монополистической конкуренции;
- г) олигополии.

8. На долгосрочном временном интервале:

- а) фирма, оперирующая в условиях совершенной конкуренции, получает нулевую экономическую прибыль;
- б) фирма, оперирующая в условиях монополистической конкуренции, получает нулевую экономическую прибыль;
- в) высокие входные барьеры к вступлению на рынок делают возможным получение функционирующими фирмами положительной экономической прибыли;
- г) все вышеприведенные утверждения верны.

9. Рыночная экономика – это система координации деятельности, которая в процессе своего функционирования опирается на:

- а) соблюдение прав собственности;
- б) стихийный способ координации деятельности;
- в) стремление потребителей к реализации своих субъективных предпочтений;
- г) механизм цен как определяющий способ координации;
- д) все перечисленное верно.

10. Произошедшее в России, в период рыночных реформ, углубление (в сравнении с СССР) дифференциации в уровне жизни населения является следствием:

- а) изменения предпочтения потребителей;
- б) снижения степени удовлетворения потребностей;



в) снижения конкурентоспособности отечественных производителей.

#### *Темы проектов*

1. Эффективность функционирования отраслевых рынков
2. Формирование гарвардской парадигмы
3. Методология исследования экономики отраслевых рынков

#### *Темы для экономических эссе*

1. «Ежели Вы, Государь, не дадите свободу действиям нашим людям в торговле и ремеслах, будут ждать нас великие беды» (из послания В. Татищева Петру I)
2. «Если я видел дальше других, то потому, что сам на плечах гигантов» (И. Ньютон)
3. «Конкуренция – это централизованное планирование, осуществляемое множеством самостоятельных индивидов» (Фридрих Хайек)
4. «Торговля не разорила еще ни одного народа» (Бенджамин Франклин)
5. «Для планирования характерно, что оно создает такую ситуацию, в которой мы вынуждены достигать согласия по гораздо большему числу вопросов, нежели мы привыкли» (Фридрих Хайек)

#### *Рекомендуемая литература*

1. Федеральный Закон «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» от 25 июня 1999 г. № 160–ФЗ // Федеральный закон об инвестиционной деятельности в Российской Федерации. – М.: Омега – Л, 2007.
2. Аганбегян А.Г. Экономика России на перепутье // ЭКО, 2007, №9. – С.3-12.

3. Баумоль У.Дж. Состязательные рынки: мятеж в теории структуры отрасли / Вехи экономической мысли. Т.5: Теория отраслевых рынков. СПб.: Экономическая школа, 2003. – 120 с.
4. Борисова И., Замараев Б., Киюцевская А., Назарова А. Риски внешнего финансирования внешней экономики// Вопросы экономики, 2008, №2. - С.3-5.
5. Васильев В. С., Роговский Е. А. Грядущая финансовая турбулентность. США, Канада. Экономика, политика, культура, 2007, №4. – С.16-18.
6. Глазьев С.Ю. Тенденции и проблемы экономического развития России // Современная конкуренция, 2007, №2. – С.14-41.
7. Голикова В., Гончар К. Российская промышленность на перепутье: что мешает нашим фирмам стать конкурентоспособными. Доклад ГУ – ВШЭ // Вопросы экономики, 2007, №3. – С.4-35.
8. Луис М.Б. Кабраль. Организация отраслевых рынков: Учебник. – Минск: “Новое знание”, 2003 - 355 с. Гл.1.
9. Коуз Р. Экономика организации отрасли : программа исследований. Фирма, рынок и право. - М., 1993. – 320 с. Гл.1,2.
10. Ойкен В. Основы национальной экономики. Экономика. - М., 1996. – 344с.Гл.1.
11. Поздняков В. Я., Казаков С. В. Экономика отрасли. Уч. пособие. - М.: ИНФРА – М, 2008. - 307с. Гл. 1, 3.
12. Попова Е. Стабилизационный фонд: возможности для будущего // Экономические стратегии, 2007, №3. – С.14-21.
13. Рой Л. В., Третьяк В. П. Анализ отраслевых рынков. - М.: ИНФРА – М, 2008.- 441 с. Гл. 1.
14. Сайганова С. Капитализация “Татнефти” за год выросла почти наполовину // Время и Деньги, 2008, №14. – С.2.

15. Самсонов Р.В. Институциональный монополизм: сущность и особенности регулирования. // Вопросы экономики, 2007, №1. – С. 14-18.
16. Серебрякова Л.И. Актуальные проблемы регионально-отраслевого планирования // Экономические стратегии, 2007, №3. – С.188-191.
17. Стрелец И.Н. Новая экономика: гипотеза или реальность // Мировая экономика и международные отношения, 2008, №3. – С.16-21.
18. Супян В.Б. США в мировой экономике в начале XXI века // США-Канада. Экономика, политика, культура, 2006, №1. – С.3-16..
19. Гельвановский М.И. Роль и границы конкуренции в решении задач повышения конкурентоспособности национальной экономики / Современная конкуренция, 2007, №5. – С.39-44.
20. Третьяк В.В. Курс лекций. Лекция 1. Введение в анализ отраслевой организации рынков // Российский экономический журнал, 2001, №5-6. – С 26-28.
21. Улюкаев А. Российский банковский сектор в условиях нестабильности на мировом финансовом рынке: проблемы и перспективы // Вопросы экономики, 2008, №3. – С.4-19.
22. Улюкаев А., Дрошневский С. Перспективы перехода к режиму таргетирования инфляции в РФ // Вопросы экономики, 2008, №1. – С.14-17
23. Федеральный закон “О защите конкуренции” от 26.07.2006 г. №135-ФЗ // Российская газета, 2006, №34. – С.19-22.
24. Френкель А.А. Прогноз развития экономики России на 2008 год / А. А. Френкель // Вопросы статистики, 2008, №2. – С. 45-56.
25. Кен Хитер. Экономика отраслей и фирм: Учебник. - М.: “Финансы и статистика”, 2004 г. - 477 с.
26. Швырнов Ю. Развитие России в долгосрочной перспективе // Экономист, 2008, №1. - С.24-26.

*Тема 2. Основные характеристики структуры отраслевых рынков (2 занятие)*

*Вопросы для обсуждения*

1. Методология исследования рыночных структур.
2. Анализ структуры рынков. Рынок и отрасль. Классификация отраслевых рынков.
3. Структура и эффективность функционирования отраслевых рынков.
4. Факторы, определяющие структуру рынка. Динамика рынка.

*Практические задания*

1. Чем определяется структура рынка? Почему важно знать структуру рынка? Какие критерии можно предложить для оценки той или иной структуры рынка? Какие критерии рыночной структуры являются необходимыми и достаточными для классификации рынка как рынка совершенной конкуренции?
2. В конкурентной отрасли действуют сто одинаковых фирм. Общие издержки типичной фирмы составляют  $TC(q) = 0,1q^2 + 2q + 50$ . Определите формулу кривой предложения отрасли и параметры краткосрочного равновесия на рынке, если спрос на товар в отрасли описывается уравнением  $QD = 5000 - 100P$ . Проанализируйте перспективы развития отрасли в долгосрочном периоде.
3. Функция средних затрат фирмы-монополиста на своем узком рынке  $AC = 3Q - 2$ . Остаточный рыночный спрос на продукцию фирмы  $Q = 52 - 2P$ . После проведения рекламной кампании, затраты на которую составили  $C(\text{рекл}) = 0,5Q^2 + 6Q$ , остаточный спрос увеличился и составил  $Q = 104 - 2P$ . Определите прибыль фирмы до и после

проведения рекламной кампании и сделайте выводы о ее эффективности.

4. В каких отраслях возможна монополия и монополия? Следует ли государству регулировать подобные рыночные структуры? Если да, то каким образом? Если нет, то почему?
5. В отрасли 20 фирм, все они имеют одинаковые производственные функции и функции издержек  $TC(Q) = 3q_i^3 - 2q_i^2 + q_i$ ;  $q_i$  – в млн. долл.;  $TC$  – в млн.долл. При какой рыночной цене и общем отраслевом объеме производства рынок будет находиться в состоянии долгосрочного равновесия?
6. Характеризуется ли монополистическая конкуренция ограничением конкуренции? Почему «да» или почему «нет»? В каком случае мы можем говорить о преобладании конкуренции, а в каких – о преобладании монополии при исследовании монополистической конкуренции?

### *Контрольные вопросы*

1. Сравните основные типы рыночных структур.
2. Изучите эффективные и неэффективные отрасли и определите их влияние на структуру рынка.
3. Какое положение занимают отраслевые рынки в условиях неопределенности.
4. Чем определяются неравные условия конкуренции на отраслевых рынках.
5. Какие факторы влияют на принятие стратегических решений на отраслевых рынках.
6. Что представляет собой отраслевой рынок?

7. Каковы подходы к определению его границ?
8. Как определяются границы отраслевых рынков в работах Дж. Робинсон?
9. Сформулируйте критерии, лежащие в основе многочисленных классификаций отраслевых рынков.

*Задания для самостоятельной работы*

*Тесты*

1. Обеспечение эффективного распределения и использования ресурсов является целью:
  - а) внешнеторговой политики;
  - б) научно-технической политики;
  - в) инвестиционной политики;
  - г) антимонопольной политики.
2. За счет каких факторов предлагалось оживление предпринимательской деятельности экономики отраслевых рынков в программе преодоления стагнации М. Фридлена?
  - а) отказ от системы прогрессивного налогообложения;
  - б) ввод системы прогрессивного налогообложения;
  - в) повышение налоговых ставок на предпринимательскую деятельность, заработную плату и дивиденды;
  - г) снижение налоговых ставок на предпринимательскую деятельность, заработную плату и дивиденды.
3. Фактические отличия понятия рынок и отрасль:
  - а) рынок объединен удовлетворяемой потребностью, а отрасль – характером используемых технологий;

- б) рынок объединен характером используемых технологий. А отрасль – удовлетворяемой потребностью;
- в) рынок рассматривается на макроэкономическом уровне, а отрасль на микроэкономическом уровне;
- г) отрасль определяется поведением производителей, а рынок поведением потребителей.

4. Монополистическая конкуренция определяется:

- а) много фирм продает однородную продукцию;
- б) монополисты конкурируют друг с другом;
- в) потребители склонны считать сходные товары различными;
- г) только несколько фирм производят данный товар.

5. “Рынок включает однородный товар его заменители до того момента, когда не будет найден резкий разрыв в цепи товарных субституттов”. Кому принадлежит такое высказывание?

- а) Э. Мэйсону;
- б) Д. Робинсон;
- в) Ж. Бертрану;
- г) А. Маршаллу.

6. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:

- а) выпускаются дифференцированные товары;
- б) на рынке оперирует множество покупателей и продавцов;
- в) каждая фирма сталкивается с горизонтальной кривой спроса на свой продукт;
- г) выпускаются однородные товары;
- д) рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции ее конкурентов.

7. Сторонники точки зрения, состоящие в том, что монополистическая конкуренция достаточно эффективна и выгодна потребителям, утверждают, что:

- а) дифференциация продукта благоприятствует лучшей реализацией разнообразных вкусов потребителей;
- б) в условиях монополистической конкуренции фирма производит эффективный, с точки зрения рынка, объем продукции;
- в) совершенная конкуренция ведет к ожесточенной войне между фирмами;
- г) в условиях монополистической конкуренции достигается эффективное, с точки зрения общества, использование ресурсов;

8. Большинство отраслевых рынков в экономике России представляют собой:

- а) совершенную конкуренцию;
- б) нерегулируемые монополии;
- в) совокупных конкурентных и монополистических элементов;
- г) регулируемые монополии;
- д) естественные монополии.

9. Рынок монополистической конкуренции отличается от совершенной конкуренции тем, что:

- а) на рынке монополистической конкуренции очень низкие барьеры входа;
- б) на рынке монополистической конкуренции очень много продавцов;
- в) на рынке монополистической конкуренции товары разных фирм служат несовершенными заменителями друг для друга;
- г) на рынке монополистической конкуренции продавцы используют только неконкурентные методы борьбы;



10. Что из названного характеризует специфику рынка монополистической конкуренции:

- а) различие в издержках производства;
- б) несовпадения преследуемых фирмами цели;
- в) различия в наборе предоставляемых фирмами дополнительных услуг;
- г) заданность цен конкурентов.

11. Рынок монополистической конкуренции отличается от рынка абсолютной монополии по:

- а) степени реализации положительного эффекта масштаба;
- б) типу рыночного спроса;
- в) источнику рыночной власти;
- г) действию закона убывающей предельной производительности.

12. На рынке монополистической конкуренции кривая спроса на продукт фирмы:

- а) аналогична кривой спроса на продукт фирмы при совершенной конкуренции;
- б) является более пологой по отношению к кривой рыночного спроса;
- в) является более крутой по отношению к кривой рыночного спроса;
- г) имеет положительный наклон.

### *Темы проектов*

1. Особенности деятельности монополии в условиях монополистической конкуренции. Модель Чемберлина.
2. Место блока результативности в парадигме Мэйсона.
3. Особенности поведения монополий на отраслевом рынке.
4. Результативность отраслевых рынков.
5. Трансакционные издержки и результативность отраслевых рынков.

6. Критерии классификации рыночных структур.
7. Результативность функционирования отраслевых рынков как фактор экономического роста.
8. X - неэффективность монополий.
9. Факторы, определяющие структуру рынка.
10. Динамика рынка.
11. Эффективность конкурентных рынков.
12. Общая модель фирмы, действующая на рынке.
13. Исследование нефтедобывающей отрасли РФ и РТ и границы рынка.
14. Неравные условия конкуренции предприятий в отрасли.
15. Моделирование структуры рынка.
16. Анализ рыночной структуры: автомобильная промышленность в РФ.
17. Перспектива шинного рынка в РФ и РТ.
18. Рынок импорта шин в РФ и РТ.
19. Монопольная власть и неэффективность распределения ресурсов.
20. Стратегия поведения фирм на рынке монополистической конкуренции.
21. Рынки с асимметричной информацией.
22. Неопределенность, риски на отраслевых рынках и их влияния на результативность.
23. Эффективность конкурентных отраслевых рынков.
24. Структура и результативность деятельности отраслевых рынков.
25. Преимущества и недостатки рыночной системы координации экономической деятельности в отрасли.
26. Особенности монополистической конкуренции и их проявления в российской экономике отраслевых рынков.
27. Анализ факторов, определяющих структуру рынка в РФ и РТ.

*Темы для экономических эссе*

1. «Хотеть недостаточно, надо действовать» И. Гете.
2. «Собственность разъединяет людей. Богачи, середняки и бедняки – это реалии рыночной экономики. Вся проблема в том, сколько первых, вторых и третьих» (А.Казаков)
3. «Деньги для бизнеса – то же, что вода для растения» (Г. Менкью)
4. «Не во всякой игре тузы выигрывают». «У всякого портного свой взгляд на искусство». «Достаток распутного равняется короткому одеялу: натянешь к носу – обнажатся ноги» (Козьма Прутков)

*Рекомендуемая литература по теме*

1. Давыдов А. Ю.. Будущее российской экономики в свете зарубежного опыта – ЭКО – 2007 год, №12.
2. Джозеф Ю. Стиглиц. Эндрю Чарлтон. Справедливая торговля для всех. Весь мир. М. 2007, стр.177.
3. Влияние иностранных инвестиций на развитие конкурентоспособных сфер деятельности / Л. А. Воронина и др. // Дайджест-Финансы. – 2008. - №2. – С.43-47.
4. Зверев А. , Глисин Ф. Экономические итоги. 2007 года: предварительные оценки// Экономист, №1, - 2008 г.
5. Матвейчук А. А. Вопросы изучения отечественной нефтегазовой отрасли / А. А. Матвейчук // Управление собственностью: теория и практика. – 2007. - №3.66-71.
6. Луис М. Б. Кабраль. Организация отраслевых рынков. Минск. “Новое знание.” 2003. 355 с. гл. 5,6,7.

7. Курнышева И. Р. Конкуренция в условиях деформированной рыночной среды / И. Р. Курнышева // Современная конкуренция. – 2008. - №1. – С.123-136.

8. Корнеев А. В. Современное состояние добывающих отраслей и энергетики США / А. В. Корнеев, В. И. Соколов // США-Канада. Экономика, политика, культура. – 2007. - №12. – С.17-36.

9. Матвейчук А. А. Вопросы изучения отечественной нефтегазовой отрасли / А. А. Матвейчук // Управление собственностью: теория и практика. – 2007. - №3.66-71.

10. Позднякова В. Я., Казаков С. В. Экономика отрасли. Уч. пособие. М. ИНФРА – М 2008. 307с., гл.. 2.

11. Рой Л. В., Третьяк В. П. Анализ отраслевых рынков. М. ИНФРА – М. 2008. 441 стр., гл. 2.

12. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. Классика экон. мысли. ЭКСМО – ПРЕСС. М. 2000. стр 77-387.

13. Современное состояние электрификации России. Проблемы прогнозирования. - №2 – 2008. – с.47.

14. Соколов Ю. И. Воспроизводство основного капитала в условиях глобализации мирового хозяйства и конкурентоспособность экономики России / Ю. И. Соколов // Современная конкуренция. – 2008. - №1. –С.137-140.

15. Сэндлер Т. Экономические концепции для общественных наук. “Весь мир”. М. 2007, стр. 373

16. Тремасов К. Мировая экономика. Жизнь в условиях кризиса / К. Тремасов // Рынок ценных бумаг. – 2008. - №2. – С.41-43.

17.Третьяк В. В. Курс лекций. Лекция 2. Основные характеристики структуры отраслевого рынка. Российский экономический журнал 2001 № 7, стр. 75-80.

18.Цветков В. А. Проблемы развития российской экономики. – ЭКО-№4 -2008 - с. 30.

19.Хазин М. Л. Экономический прогноз на 2008 год / М. Л. Хазин // Финансовый бизнес. – 2008. - №1. – С.2-8.

20.Хитер Кен. Экономика отраслей и фирм. М. Финансы и статистика. 477 с. 2004. гл. 2.

21.Чигрин А. Д. Производить не выгодно: последствия “голландской болезни” в России // ЭКО. – 2008. -№1, с. 2-19.

*Тема 3. Отраслевые барьеры входа-выхода и структура рынка (3 занятие)*

*Вопросы для обсуждения*

1. Природа и определение отраслевых барьеров входа – выхода на отраслевые рынки.
2. Классификация отраслевых барьеров. Стратегические и не стратегические барьеры.
3. Административные барьеры. Оценка административных барьеров в РФ и РТ.
4. Показатели входа. Показатели выхода. Экономические потери от отраслевых барьеров. Направления совершенствования регулирования отраслевых рынков в РФ и РТ.

### *Практические задания*

1. Подберите статью в свежем номере экономического журнала, характеризующую деятельность фирм. Определите, с каким количеством барьеров сталкивается фирма.

### *Контрольные вопросы.*

1. Каковы альтернативные подходы к определению барьеров входа – выхода фирм на отраслевой рынок.
2. Определите стратегические и нестратегические барьеры входа - выхода фирм на отраслевые рынки.
3. Определите ценовые и неценовые стратегии создания барьеров в отрасли.
4. Какова динамика отраслевых барьеров на российских рынках.
5. Каковы барьеры входа и теория квазиконкурентных рынков.
6. Стратегические барьеры входа-выхода фирм на отраслевой рынок.
7. В чем отличия стратегических барьеров входа фирм на рынок от нестратегических?
8. Перечислите различия ценовых отраслевых барьеров и неценовой стратегии создания барьеров входа.
9. Как можно количественно оценить разновидности стратегических барьеров входа фирм на рынок?

### *Задания для самостоятельной работы.*

#### *Тесты*

1. Д. Бэйн выделяет следующие отраслевые рынки со следующими барьерами входа:

- а) легкими, слабо затрудненными, сильно затрудненными, блокированными;
- б) легкими, затрудненными, непреодолимыми;
- в) слабыми, средними, сильными;
- г) все ответы верны.

2. Фактор, влияющий на рыночную структуру, одновременно влияющимся одним из видов административных барьеров:

- а) эффект масштаба;
- б) дифференциация продукта;
- в) вертикальная интеграция;
- г) ценовая дискриминация.

3. Показатель нормы входа на отраслевой рынок определяется:

- а) в виде отношения числа вошедших за год на рынок фирм к общему числу фирм, действующих в отрасли на конец года;
- б) как отношение объема выпуска вошедших на рынок фирм к общему объему выпуска продукции в отрасли;
- в) как отношение среднего уровня цен вошедших на рынок фирм к среднему уровню цен фирм, действующих в отрасли;
- г) не достаточно информация.

4. К административным барьерам которые регулируют получение прав на осуществление деятельности относят:

- а) лицензирование;
- б) регистрация субъектов хозяйствования;
- в) регистрация товарных знаков;
- г) получение прав на аренду.

5. Что может удерживать фирму от выхода из отрасли, даже если она убыточная:

- а) высокие затраты связанные с этим процессом;
  - б) удерживание государством;
  - в) определенные перспективы в техническом развитии;
  - г) психологические барьеры.
6. Что из перечисленного представляет собой барьер для проникновения на отраслевой рынок новых фирм:
- а) патентное законодательство;
  - б) лояльность торговой марки;
  - в) эффект масштаба;
  - г) проведение фирмами согласованной ценовой политики;
  - д) все перечисленное.
7. Что из перечисленного представляет собой барьер для проникновения на отраслевой рынок новых фирм?
- а) патент;
  - б) лояльность торговой марки;
  - в) эффект масштаба;
  - г) проведение фирмами согласованной ценовой политики;
  - д) все перечисленное.

#### *Темы проектов*

1. Ассиметричность информация и отраслевые рынки.
2. Ограничение входа: последовательные игры.
3. Барьеры входа-выхода на отраслевой рынок в РФ и РТ.

#### *Рекомендуемая литература по теме*

1. Кабраль Луис М. Б. Организация отраслевых рынков. Минск. “Новое знание” 2003. гл. 14-15.



2. Лукьянова С. Отраслевые барьеры входа как важнейший инструмент политики ограничения конкуренции // Вопросы экономики, 2008, №2, с. 101-110.
3. Риски внешнего финансирования российской экономики / И. Борисова и др. // Вопросы экономики. – 2008. - №2. – С.26-43.
4. Рой Л. В., Третьяк В. П. Анализ отраслевых рынков. М. ИНФРА – М. 2008. 441 стр., гл. 4, 6.
5. Титов Б. Проблемы развития российской экономики: барьеры на пути их преодоления на основе рыночной социальной модели // Общество и экономика – 2007, №7.- С.3-37.
6. Третьяк В. В. Курс лекций. Лекция 4. Барьеры входа и выхода фирм на отраслевом рынке. Российский экономический журнал. 2001. №10, с. 64-68.
7. Троепольский Р. О. Отраслевые барьеры входа на российский рынок / Риск, 2007, №12. – С.5-16.
8. Уильямсон О. Уинтер С. Природа фирмы. М. 2001. с. 80

*Тема 4. Концентрация производства. Интеграция и диверсификация.  
Рынок с монопольной властью (4 занятие)*

*Вопросы для обсуждения*

1. Экономическое содержание концентрации производства. Показатели концентрации. Эффект масштаба и проблемы концентрации.
2. Слияния. Поглощения. Мотивы для слияний и поглощений. Политика слияний и поглощений в РФ и РТ.
3. Вертикальная интеграция. Вертикальные ограничения. Диверсификация. Формы диверсификации производства. Последствия

вертикальной интеграции для экономики страны. ФПП. Классификации и проблемы.

4. Рынок с монопольной властью. Источники монопольной власти. Реализация монопольной власти. Х-эффективность и Х-неэффективность.

### *Практические задания*

1. Если функция полных затрат фирмы-монополиста  $TC=Q^2+2Q$ . Функция рыночного спроса на ее продукцию  $P=20-Q$ . Государство вводит потоварный налог (на каждую единицу продукции) в количестве 2 ден. ед. Определите максимальные налоговые поступления в бюджет. Каковы будут выпуск и цена, максимизирующие прибыль монополиста, после введения налога?
2. Средние издержки монопольной фирмы на производство постоянны и равны 10 долларам. С целью получения максимальной прибыли фирма установила цену на свою продукцию в размере 15 долларов. Определите эластичность спроса по цене на продукцию фирмы. Как изменится выручка монополиста в случае, если в период сезонной распродажи цена будет снижена на 3 доллара?
3. В таблице приведены данные о мощности крупнейших энергетических компаний России (данные упрощены). Рассчитайте показатели концентрации на рынке. Как изменится концентрация, если использование производственной мощности крупными производителями повысится, а мелкими понизится?

Энергетическая компания	Мощность млн.кВт.
РАО «ЕЭС России»	57,439

Иркутскэнерго	12,914
Мосэнерго	1,136
Ленэнерго	5,351
Красноярскэнерго	8,113
Татэнерго	1,827
Удмуртэнерго	0,16
Пермьэнерго	0,59

4. Проанализируйте уровень рыночной концентрации для одной из отраслей экономики России на основе определения возможных индексов концентрации.

#### *Контрольные вопросы*

1. Определите динамику уровня концентрации в разных отраслях.
2. Сравните концентрацию в экономике Западных стран и России.
3. Проанализируйте уровень рыночной концентрации для одной из отраслей экономики России на основе определения возможных индексов концентрации.
4. Какова взаимосвязь ценовой эластичности спроса, индекса Лернера и рыночной власти фирм.
5. Определите эффективность горизонтальных и вертикальных слияний.
6. Каковы формы диверсификации производства и результативность ФПГ.
7. Объясните сетевую модель и проблемы диверсификации.
8. Какова роль малого бизнеса в структуре вертикально интегрированных систем. Какие проблемы возникают при кластеризации бизнеса.
9. Каковы последствия вертикальной интеграции для экономики страны.
10. Чем объясняется наличие монопольной или рыночной власти?

11. Какова суть интеграции производства?
12. В чем заключаются различия естественной интеграции и интеграции на отраслевых рынках?
13. Что общего и каковы различия горизонтальной, вертикальной и универсальной интеграции?
14. Какой критерий положен в основу разделения интеграции на полной, частичной и квазиинтеграции?
15. Выделите виды вертикальных ограничений на отраслевых рынках.
16. Можно ли вертикальные ограничения рассматривать в качестве инструментария реализации рыночной власти активной фирмы на отраслевых рынках?
17. Имеет ли место положительное воздействие вертикальной интеграции на развитии экономики страны?
18. Каков механизм устранения эффекта “двойной маргинализации” в вертикальной интеграции фирмы?
19. Что является источником рыночной власти фирмы?
20. Перечислите формы проявления рыночной власти фирмы.
21. Каковы подходы к оценке рыночной власти?
22. Охарактеризуйте виды сделок на слияние и поглощение фирм.
23. Проведите классификацию слияний и поглощений.
24. Каковы особенности слияний на современном этапе? Чем слияния начала XX века отличаются от слияний начала XXI века?

### *Задания для самостоятельной работы*

#### *Тесты*

1. Ограничение монопольной власти путем регулирования цен и ограничением доходов:

- а) антидемпинговая политика;
- б) антимонопольная политика;
- в) промышленная политика;
- г) протекционистская политика.

2. Какой из перечисленных компонентов не участвует в формировании рыночной власти:

- а) концентрация производства;
- б) дифференциация продукта;
- в) диверсификация продукта;
- г) асимметрия информации.

3. Ярким примером вертикальной интеграции вперед может служить:

- а) автомобилестроение;
- б) пищевая промышленность;
- в) нефтехимическая промышленность;
- г) оборонная промышленность.

4. Финансовое слияние представляет собой:

- а) временное объединение независимых предприятий, связанных с современными информационными технологиями, объединяющие свои ресурсы и усилия;
- б) отраслевая концентрация предприятий, которая позволит достичь эффекта внешней экономии за счет взаимодействия с поставщиками;
- в) слияние предприятий, которое концентрируется на конкретном отдельном направлении бизнеса для синергетического эффекта;
- г) слияния, при которых объединившиеся компании не действуют как единое целое, при этом не ожидается существенной производственной экономии, но имеет место централизации финансовой политики.

5. Определите, какой из перечисленных критериев размера предприятия является наилучшим показателем рыночной власти:

- а) доля объема продаж предприятия в общем объеме производства в отрасли;
- б) величина финансовых активов предприятия;
- в) получаемый чистый доход;
- г) численность дохода.

6. Закрытый тип монополии имеет место в том случае, когда:

- а) имеется значительный положительный эффект масштаба;
- б) фирма производит с наиболее низкими издержками;
- в) фирма продает по минимальным ценам;
- г) фирма обладает исключительными правами на производство продукта.

7. Монопольная власть – это:

- а) возможность установить любую цену на продукт;
- б) возможность установить любую цену на участки неэластичного спроса;
- в) возможность получения гарантированной прибыли;
- г) возможность регулировать цену с целью максимизации прибыли;
- д) возможность игнорировать предпочтения потребителей.

8. Экономическая неэффективность, возникающая в случае монополизации рынка, обусловлено:

- а) неспособностью фирмы производить с минимальными издержками;
- б) отсутствием стимулов для снижения издержек;
- в) невозможностью достижения рыночного равновесия;
- г) наличием рыночной власти.

9. Когда экономисты используют термин “мертвый груз”, то они понимают под этим:

- а) объем неиспользуемых производственных ресурсов;
- б) наличие в экономике неэффективных технологий;

- в) объем продукции не нашедшей сбыта;
- г) налоговое бремя, возникающее в связи с регулированием монополий.

10. Используемое в экономическом анализе понятие “Х-неэффективность” означает:

- а) потери эффективности обусловленное отсутствием конкуренции;
- б) потери не отражающиеся на издержках производства;
- в) потеря эффективности, обусловленное ошибками при установлении цен;
- г) разницу между потенциальной и реальной эффективностью производства;
- д) верны ответы а) и г).

### *Темы проектов*

1. Образование финансово-промышленных групп как форма проявления вертикальной интеграции.
2. Особенности вертикальной интеграции в России.
3. Последствия монопольной власти на отраслевом рынке.
4. Подход к оценке «мертвого груза» монополии.
5. Определение концентрации продавцов на отраслевых рынках. Критерии.
6. Динамика уровня концентрации в различных отраслях. Отраслевые лидеры.
7. Кластеры предприятий.
8. Роль кластеров в инновационном развитии.
9. Эффект масштаба и вертикальная интеграция.
10. Мотивы слияния и поглощения в РФ и РТ.
11. Вертикальные интеграции и вертикальные ограничения.
12. Последствия вертикальной интеграции для развития отраслевого рынка.
13. Способы установления вертикального контроля.

14. Последствия вертикальной интеграции.
15. Проблемы кластеризации бизнеса.
16. Малый бизнес в структуре вертикально-интегрированных систем.
17. Формы диверсификации производства ФПГ.
18. Мотивы к формированию вертикальной интеграции структур.
19. Содержание и типы вертикальной интеграции.
20. Диверсификация и ее результаты.
21. Интеграция и диверсификация производства.
22. Концентрация на рынке автомобилей РФ.
23. Концентрация производства на отраслевых рынках.
24. Измерение рыночной концентрации: уровень концентрации.
25. Эффективность горизонтальных слияний.
26. Мотивы диверсификации.
27. Мотивы вертикальной интеграции.
28. Общественные выгоды от вертикальной интеграции.
29. Экономическая сущность слияний поглощений.
30. Корпоративные слияния и поглощения в условиях глобализации.
31. Слияния, поглощения и конкурентоспособность фирм.
32. Вертикальные интеграции и стратегия развития на отраслевых рынках.
33. Экономическая сущность диверсификации.
34. Мотивы и цели диверсификации на отраслевых рынках.
35. Формы диверсификации производства. Финансово-промышленные группы.
36. Типы и виды диверсификации.
37. Источники экономии от диверсификации.
38. Общий уровень концентрации в экономике РФ и РТ.



39. Вертикальная интеграция и вертикальные ограничения в промышленности РФ и РТ.
40. Вертикальная интеграция и эффект масштаба.
41. Мотивы слияний и поглощений в РФ и РТ.
42. Государственная политика РФ и РТ в отношении слияний и поглощений.
43. Отдача от масштаба и факторы, влияющие на нее.
44. Слияния, поглощения и их последствия в РФ и РТ.

*Темы экономического эссе.*

1. «Корпорация – хитроумные изобретения для получения личной прибыли без личной ответственности» (А. Бирс)
2. «Долг платежом красен» (поговорка)
3. «Если бы все члены общества имели равные возможности выбора и принятия решений... проблема распределения могла бы не возникнуть» (В. Леонтьев)

*Рекомендуемая литература по теме*

1. Федеральный закон «О государственном регулировании тарифов на электричество и тепловую энергию в Российской Федерации» от 14 апреля 1995 г. № 41–ФЗ.
2. Гурова И. П. Диверсификация российского экспорта. // ЭКО. – 2007. - №9.  
И. В. Дегтерева, С. И. Латыпова. Оценка эффективности слияний и поглощений компаний.. Экономический анализ теория и практика. №6 – 2008.
3. Кабраль Луис М. Б.. Организация отраслевых рынков. Минск. “Новое знание” 2003. 355 с. гл. 2.

4. Кобызев Д. И. Рынок слияний и поглощений в Израиле и в России: сравнительный анализ / Д. И. Кобызев // Современная конкуренция. – 2007. - №5. – С.129-140.
5. Миргородская Е. О. Современный финансовый капитал: новая природа и новые роли в условиях глобализации / Е. О. Миргородская // Финансовый бизнес. – 2008. - №1. – С.47-57.
6. Моисеев С. Р. Эффекты банковской концентрации / С. Р. Моисеев // Современная конкуренция. – 2008. - №1. – С.103-112.
7. Позднякова В. Я., Казаков С. В. Экономика отрасли. Уч. пособие. М. ИНФРА – М 2008. 307с., гл.. 3, 4.
8. Романченко В. В. Оценка факторов интеграции мировых биржевых рынков / В. В. Романченко // Финансы и кредит. – 2008. - №5. – С.55-74.
9. Родионова О. Диверсификация в системе воспроизводственных отношений АПК. // АПК. – 2007. - №3.
10. Рой Л. В., Третьяк В. П. Анализ отраслевых рынков. М. ИНФРА – М. 2008. 441 стр., гл. 2, 5, 6, 7, 14.
11. Романова А. И. Диверсификация как эффективное направление организационно - управленческой деятельности предприятий масложировой промышленности. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2007. - №5. с. 96-98.
12. Сафронов В. Диверсификация в аграрной экономике. // АПК. – 2007. - №6. с. 58-59.
13. Соловьев С. В. Эффективная стратегия интеграции российского страхования в мировое страховое хозяйство / С. В. Соловьев // Финансы. – 2008. - №2. – С.3-16.
14. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности. Перев. С англ. СПб.: Экономическая школа, 2002. с. 110

15. Третьяк. Курс лекций. Лекция 2. Основные характеристики структуры отраслевого рынка. Российский экономический журнал. 2001. №7, с. 75-80.
16. Филлипов П. Кластеры конкурентоспособности. – Эксперт. Северо-Запад. 2007, №43. С. 16-19.
17. Хитер Кен. Экономика отраслей и фирм. М. “Финансы и статистика” 2004 г. 44 с. гл. 3, 5, 6.

*Тема 5. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке (олигополистическое взаимодействие) (5 занятие)*

*Вопросы для обсуждения*

1. Стратегическое взаимодействие фирм. Реализация олигополистического взаимодействия фирм. Олигополистическое взаимодействие. Стратегическое взаимодействие фирм на рынке олигополий. Рынки с ассиметричной информацией.
2. Экономические теории олигопольного ценообразования. Ценовые модели олигопольного взаимодействия.
3. Динамика ценообразования в условиях монополии и олигополии.
4. Доминирующая фирма. Ценообразование на рынке с доминирующей фирмой. Ценовое лидерство в модели Форхаймера.

*Контрольные вопросы.*

1. Какие рыночные структуры в наибольшей степени присущи современной развитой экономике? Является ли преобладание той или иной структуры характерным только для каких-то отдельных отраслей экономики или это закономерное явление современной экономики в целом?

2. Почему неценовая конкуренция чаще всего встречается в олигополистических отраслях экономики? Получают ли в этом случае фирмы экономическую прибыль? Каковы могут быть источники такой прибыли?
3. Каким образом можно оценить эффективность олигополии и степень олигополистической зависимости на рынке? Всегда ли издержки олигополии превышают выгоды от нее? Каким образом можно оценить эффективность рыночного обмена в условиях олигополистической взаимозависимости?
4. Какие меры государственной политики применяют для регулирования олигополистического рынка? Всегда ли такое регулирование необходимо и выгодно с точки зрения общественного благосостояния?
5. Какова стратегия фирм на рынке монополистической конкуренции. Каковы особенности рынка с асимметрической информацией.
6. Определите особенности кооперативных стратегий поведения фирм на отраслевых рынках.
7. Как устанавливаются некооперативные стратегии поведения фирм на отраслевых рынках.
8. Какие методы теории игр применяются для анализа поведения олигополий.
9. Исследуйте особенности модели Хотеллинга.
10. Приведите примеры отраслей лидеров. На чем основано их лидирующее положение?
11. Каковы причины возникновения доминирования фирмы на рынке?
12. Дайте характеристику модели доминирующей фирмы Форхаймера.
13. Что представляет собой явление “ценового зонтика”?
14. Каковы особенности олигополистической структуры рынка?

15. Охарактеризуйте стратегическое поведение фирм в модели дуополии Курно.
16. На основе исходной модели Курно приведите варианты поведения на олигополистическом рынке в формальном виде.
17. В чем состоят особенности поведения фирм в модели Штакельберга.
18. В чем заключается суть моделей олигополии Бертрана. Что такое парадокс Бертрана?
19. Дайте характеристику модели Эджворта.
20. Назовите мотивы, способствующие сговору (соглашению) фирм на рынке.
21. Каковы особенности поведения фирм в рамках картеля?
22. Назовите условия стабильности картеля.
23. Как Д. Бейн определял барьеры входа фирм на отраслевой рынок?
24. В чем состоит разница между стратегическими и нестратегическими барьерами входа?
25. Перечислите нестратегические барьеры входа.
26. Каковы факторы, создающие абсолютные преимущества в издержках действующих фирм? Приведите примеры.
27. Какую роль играют административные барьеры в отраслях российской экономики?
28. Что представляют собой гражданские барьеры входа на рынок?
29. Какие факторы могут влиять на длительность выхода фирм из отрасли?
30. Какова взаимосвязь входящих - выходящих фирм на рынке?

*Задания для самостоятельной работы*

*Тесты*

1. Отрасль, в которой совокупный объем спроса может быть эффективно удовлетворен:

- а) олигополия;
- б) дуополия;
- в) естественная монополия;
- г) монополия.

2. Среди перечисленных ниже утверждений определите правильное:

- а) на олигополистическом рынке цены менее устойчивы чем в условиях совершенной конкуренции;
- б) на рынке совершенной конкуренции имеет место большее разнообразие товаров, нежели при монополистической конкуренции;
- в) монополистическая конкуренция обеспечивает наиболее эффективное использование ресурсов;
- г) соперничество олигополистов характеризуется ожесточенной ценовой конкуренцией.

3. В условиях олигополии производители не прибегают к снижению цен, поскольку:

- а) они и так продают товары по самым низким из возможных ценам;
- б) методом снижения цен они не могут привлечь новых покупателей;
- в) они стремятся установить самую высокую цену, по которой их товары можно продать;
- г) другие производители в отрасли могут последовать их примеру.

4. Цены, установленные на основе сговора, тем вероятнее будут равновесными, чем:

- а) реже фирмы взаимодействуют и чем меньше вероятность выживания и роста отрасли;

б) чаще фирмы взаимодействуют и чем больше вероятность выживания и роста отрасли;

в) чаще фирмы взаимодействуют и чем меньше вероятность выживания и роста отрасли;

г) реже фирмы взаимодействуют и чем больше вероятность выживания и роста отрасли;

5. Рынок олигополии отличается от рынка монополистической конкуренции тем, что:

а) на этом рынке может действовать сто продавцов;

б) барьеры входа на этот рынок очень высоки;

в) фирма на этом рынке обладает монопольной властью;

г) товары, производимые фирмами на рынке олигополии, служат несовершенными заменителями друг для друга.

6. На рынке олигополии фирмы, объединившиеся в картель, приняли решение о повышении цены товара на 20%. Как эта мера отразится на общей выручке фирм, входящих в картель:

а) выручка повысится, если спрос не эластичен по цене и понизится, если спрос эластичен по цене;

б) выручка понизится, если спрос неэластичен по цене и повысится, если спрос эластичен по цене;

в) выручка повысится независимо от эластичности спроса;

г) выручка понизится независимо от эластичности спроса.

7. На долгосрочном временном интервале:

а) фирмы, оперирующие в условиях совершенной конкуренции, получают нулевую экономическую прибыль;

б) фирмы, оперирующие в условиях монополистической конкуренции, получают нулевую экономическую прибыль;

в) высокие входные барьеры, затрудняющие вступление на рынок, делают возможным получение функционирующими фирмами положительной экономической прибыли;

г) олигополисты и монополисты, оперирующие на неконкурентных рынках, могут получать экономическую прибыль;

д) все предыдущие утверждения верны.

8. Если фирмы стратегически взаимодействуют между собой, то результатом такого взаимодействия будет:

а) максимизация отраслевой прибыли;

б) усиление однородности продукции;

в) прекращение конкуренции;

г) снижение издержек производства;

д) усиление конкуренции.

9. В соответствие с моделью Курно фирмы с одинаковыми и постоянными предельными издержками:

а) делят рынок пополам;

б) снижают цену до уровня предельных издержек;

в) увеличивают выпуск до уровня совершенной конкуренции;

г) образуют картель сокращая выпуск до монопольного уровня.

10. В соответствии с моделью Бертрана фирмы с одинаковыми и постоянными предельными издержками в условиях долгосрочного равновесия:

а) поделят рынок пополам;

б) снизят цену до уровня предельных издержек;

в) будут выпускать совместно на уровне совершенной конкуренции;

г) верны ответы а) и в)



*Темы для проекта.*

1. Характеристика отраслевого рынка с доминирующей фирмой.
2. Классификация некооперированных стратегий поведения фирм на отраслевых рынках.
3. Кооперативная стратегия поведения на рынке.
4. Квазиконкурентные и квазимонопольные рынки.
5. Модель Штакельберга.
6. Условия, способствующие координации олигополий в РФ и РТ.
7. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке.
8. Виды стратегического ценообразования.
9. Взаимодействие предприятий отраслей.
10. Ассиметрия информации и ее влияния на рынке автомобилей.
11. Современное состояние рынка нефти.
12. Олигопольное ценообразование и его результативность.
13. Олигополистическое взаимодействие.
14. Принятие стратегических решений на отраслевых рынках.
15. Последствия ценообразования по принципу «издержки плюс».
16. Стратегическое взаимодействие фирм на рынке олигополии РФ и РТ.
17. Условия, способствующие координации олигополии в РФ и РТ.
18. Условия, ограничивающие олигопольную координацию.
19. Стратегическое взаимодействие крупных фирм на рынке.
20. Доминирующая фирма и грабительское ценообразование.
21. Стратегические олигополистические взаимодействия на отраслевых рынках.
22. Соглашения олигополистов на отраслевых рынках и их устойчивость.
23. Соотношения ценовой и неценовой конкуренции при олигополии.

24. Модели конкуренции олигополии и их проявления в российской экономике и РТ.
25. Экономические теории олигопольного ценообразования.
26. Олигопольные координации и структура рынка.

*Темы экономических эссе*

1. «Конкуренция – жизнь торговли и смерть торговцев» (Э.Хаббард)
2. «Заниматься бизнесом – то же самое, что ехать на велосипеде: либо вы движетесь, либо падаете»
3. «Плохой хозяин растит сорняк, хороший выращивает рис, умный культивирует почву, дальновидный воспитывает работника» (Японская мудрость)

*Рекомендуемая литература по теме*

1. Закон РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», от 22 марта 1991 г. № 948 – 1.
2. Кабраль Луис М.Б. Организация отраслевых рынков. Минск; “Новое знание”, 2003. - 355 с.
3. Томас Мор. Утопия. - М.: Нация, 1978. – 110 с.
4. Огрызко К. Растущая реальность глобальных олигополий / К. Огрызко / Общество и экономика, 2007, №11/12. – С.212-237.
5. Рой Л.В., Третьяк В. П. Анализ отраслевых рынков. - М.: ИНФРА – М. 2008. - 441 с.
6. Хитер Кен. Экономика отраслей и фирм. - М.: Финансы и статистика. 2004. - 477 с.

*Тема 6. Ценовая дискриминация (6 занятие)*

1. Цель и экономическое содержание. Условия реализации. Ценовая дискриминация как стратегия поведения фирмы.
2. Типы ценовой дискриминации по А.Пигу. Ценовая дискриминация первой, второй, третьей степени.
3. Власть покупателя и вертикальное ценообразование.
4. Последствия применения ценовой дискриминации для общественного благосостояния.

### *Практические задания*

1. Почему монополист не может назначить любую цену и произвести любое количество товара, какое захочет? Какие методы ценообразования можно рассматривать как наиболее «эффективные» с точки зрения монополиста? Каковы общественные издержки несовершенной конкуренции, и каким образом их можно уменьшить?
2. Фирма монополист проводит политику ценовой дискриминации, продавая свою продукцию двум группам потребителей по разным ценам. Функции спроса потребителей на продукцию фирмы  $Q_1 = 120 - P_1$  и  $Q_2 = 90 - 2P_2$ , где  $P_{1,2}$  и  $Q_{1,2}$  – цены и объем спроса для каждой группы потребителей. Предельные издержки фирмы на производства постоянны и равны 3. Определить какую цену следует назначить монополисту для максимизации своей прибыли на каждом сегменте рынка. Рассчитать тариф из двух частей для дискриминации I рода.
3. Фирма-монополист работает на рынке с двумя группами потребителей, спрос которых на ее продукцию описывается уравнениями  $Q_1 = 60 - 0,5P_1$  и  $Q_2 = 80 - P_2$ , где  $Q_{1,2}$  и  $P_{1,2}$  – объем спроса и цена для каждой группы потребителей, соответственно. Долгосрочные предельные издержки фирмы на производство постоянны и равны 50. Определить

объем продаж, цену продукции и монопольную прибыль в случае, если фирма:

- а) не дискриминирует своих потребителей;
- б) практикует ценовую дискриминацию первого рода;
- в) практикует ценовую дискриминацию второго рода;
- г) практикует ценовую дискриминацию третьего рода;

Ответ проиллюстрируйте графиком.

### *Контрольные вопросы*

1. Покажите способы осуществления ценовой дискриминации.
2. Проанализируйте роль ценовой дискриминации в ценовой стратегии фирмы.
3. Приведите примеры воздействия ценовой дискриминации на развитие экономики.
4. Назовите способы реализации ценовой дискриминации.
5. Какова стратегическая ценовая политика.
6. Какова цель ценовой дискриминации?
7. Сформулируйте условие, необходимое для эффективного использования дискриминационного ценообразования.
8. Дайте характеристику ценовой дискриминации по А. Пигу.
9. В чем состоит суть совершенной ценовой дискриминации?
10. В каких формах проявляется ценовая дискриминация второй степени?
11. Приведите примеры позитивного воздействия ценовой дискриминации на состояние экономики.
12. В чем, по вашему мнению, заключается негативное воздействие ценовой дискриминации?
13. Назовите основные виды ценовой дискриминации.

14. Является ли монополистическое положение фирмы причиной ценовой дискриминации?

15. В чем состоит цель фирмы, использующей механизм ценовой дискриминации?

### *Задания для самостоятельной работы*

#### *Тесты*

1. Установление цен на продукцию естественных монополий служат для:

- а) снижение потерь общественного благосостояния;
- б) ограничение выпуска;
- в) ограничение вывоза продукции из страны;
- г) государство этим не занимается.

2. Ценовая дискриминация первой степени не обладает следующей характеристикой:

- а) продавец обладает исключительной рыночной властью;
- б) сокращение потерь потребительского излишка;
- в) разная эластичность спроса;
- г) продавец способен разграничивать потребителей

3. Если на рынках товаров длительного пользования покупатели ожидают проведение фирмой политики межвременной ценовой дискриминации, они будут отказываться от приобретения товаров сегодня. Это проблема называется:

- а) ценовая дискриминация третьего типа;
- б) совершенная ценовая дискриминация;
- в) географическая ценовая дискриминация;
- г) парадокс Коуза.

4. Определить, какую цену монополисты устанавливают на свой товар:

- а) самую высокую, по которой товар еще можно продать;
- б) цену, по которой он может продать максимально возможный объем товара;
- в) цену, при которой он получит максимальную выручку от продажи товара;
- г) цену при которой он получит максимальную прибыль от продаж.

5. Снижение цены монополиста с 4 ден. ед. до 3 ден. ед. привело к увеличению объема продаж с 3000 шт. до 4000 шт. в день. Прибыль монополиста при этом:

- а) увеличилась;
- б) осталось без изменений;
- в) уменьшилась;
- г) могла уменьшиться, остаться без изменений или увеличиться.

6. Ценовая дискриминация – это:

- а) продажа по разным ценам одной и той же продукции различным покупателям;
- б) различие в оплате труда, зависящее от национальности или пола;
- в) эксплуатация трудящихся путем установления высоких цен на потребительские товары;
- г) повышение цены на товар более высокого качества.

7. Из ниже перечисленного выберите пример ценовой дискриминации третьего типа:

- а) дисконтные карты;
- б) оплаты услуг бассейна, состоящая из оплаты членской карточки спорт - клуба и плата за каждое помещение;
- в) продажа никеля по разным ценам на мировом и внутреннем рынках;
- г) назначение величины страхового взноса в зависимости от состояния здоровья страхующего жизнь.

8. Фирме, чья положительная функция демонстрирует положительную (возрастающую) отдачу от масштаба, ценовая дискриминация второго типа позволяет:

- а) повысить прибыль благодаря снижению затрат на единицу продукции и разным ценам для разных покупателей;
- б) повысить прибыль благодаря назначению разных цен для разных покупателей;
- в) повысить прибыль благодаря исключительно снижению затрат на единицу продукции;
- г) прибыль может повыситься, а может и понизиться.

9. Если фирма – монополист использует совершенную ценовую дискриминацию, параметры общественного благосостояния таковы, что:

- а) выигрыш потребителей равен нулю, потери общества по сравнению с рынком совершенной конкуренции равны нулю;
- б) выигрыш потребителей равен выигрышу потребителей на рынке совершенной конкуренции, потери общества по сравнению с рынком совершенной конкуренции равны нулю;
- в) прибыль фирмы равна нулю, общественные благосостояния равны нулю;
- г) потери общества от монополии равны нулю, прибыль фирмы равна нулю.

10. Вы исходите из предположения, что если ваша фирма снизит свою цену, конкуренты соответственно снизят свои цены, но если вы повысите ее, ни одна фирма не последует вашему примеру. Это означает, что фирма:

- а) сталкивается с конкуренцией “не на жизнь, а на смерть”;
- б) имеет “ломанную” кривую спроса;
- в) является ценовым лидером на олигополистическом рынке;

г) наиболее эффективная в отрасли.

11. Процесс перехода к рынку российской экономики сопровождался снижением относительных цен в одних отраслях промышленности (машиностроении, пищевой, легкой) и ростом относительных цен на продукцию других отраслей (топливной, энергетики, нефтехимии). Это было непосредственным следствием:

- а) применения неверных способов проведения реформ;
- б) закономерного роста цен на дефицитные блага;
- в) наблюдавшегося в советской экономике дефицита благ;
- г) роста цен на мировых рынках;
- д) дискриминации цен.

#### *Темы проектов*

1. Ценообразование на рынке естественной монополии.
2. Ценообразование Рамсея.
3. Ценовое лидерство в модели Форхаймера
4. Роль ценовой дискриминации в ценовой стратегии фирмы.
5. Эффект двойной маржинальности и вертикальной интеграции.
6. Воздействие ценовой дискриминации на экономическое благосостояние.
7. Неэффективность монопольного ценообразования.
8. Отраслевая организация, ценовая активность.
9. Последствия применения ценовой дискриминации.
10. Некооперативное установление цены.
11. Ценовое поведение путем сговора.
12. Цена, ограничивающая вход новых фирм в отрасль.
13. Ценовое лидерство, возникающее в результате сговора.



14. Ценовое лидерство в результате преимущества в издержках.
15. Неэффективность монопольного ценообразования.
16. Виды ценовой дискриминации, встречающиеся на практике в РФ и РТ.
17. Динамика ценообразования в условиях монополий и олигополий в РФ и РТ.
18. Воздействия ценовой дискриминации на экономическое благосостояние.
19. Ценовая дискриминация на отраслевых рынках в РФ и РТ.

*Темы экономических эссе*

1. «Хорошо дешево не бывает. Цена по товару, а товар по цене». «У купца цена, у покупателя – другая» (Пословицы русского народа. Сборник В. Даля в 2 томах. М, 1984)

*Рекомендуемая литература по теме*

1. Федеральный закон «О естественных монополиях» от 17 августа 1995г. № 147–ФЗ (с изменениями от 8 августа, 30 декабря 2001г., 10 января, 26 марта 2003 г.).
2. Зинчук Г. М. Региональная дифференциация отечественного рынка продовольственных товаров/ Г. М. Зинчук// Регионология. – 2007. - №2. – с.52-59.
3. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. М. 1985. т. 1. гл. 12.
4. Кабраль Луис М. Б. Организация отраслевых рынков. Минск. “Новое знание.” 2003. 355 с. гл. 10.
5. Рой Л. В., Третьяк В. П. Анализ отраслевых рынков. М. ИНФРА – М. 2008. 441 стр., гл. 10.

6. Хитер Кен. Экономика отраслей и фирм. М. “Финансы и статистика.” 2004. 477 с. гл. 11.

*Тема 7. Дифференциация продукта на отраслевых рынках (7 занятие)*

*Вопросы для обсуждения*

1. Экономическое содержание продуктовой дифференциации.
2. Виды, фирмы и модели дифференциации продукта.
3. Экономическая природа бренда. Бренд как проявление и инструмент дифференциации продукта на отраслевом рынке.
4. Дифференциация продукта как способ рыночной адаптации российской промышленности. Дифференциация продукта, структура рынка и конкуренция.

*Контрольные вопросы*

1. Каково отличие форм горизонтальной и вертикальной дифференциации продукта.
2. Покажите отличия моделей горизонтальной дифференциации продукта – Модель Хотеллинга. Модель Солона.
3. Приведите примеры вертикальной дифференциации продукта. Каковы особенности модели Диксита – Стиглица.
4. Определите проблемы продуктовой дифференциации.
5. Какие подходы к измерению бренд – капитала вы знаете.
6. Выясните значение дифференциации продукта на отраслевых рынках.
7. Почему ценовая конкуренция малоэффективна в условиях рынков с дифференциацией продукта? Каким образом можно было бы повысить значимость ценовой конкуренции в таких условиях?

8. Каковы условия и ограничения ценовой дискриминации? Любая ли рыночная структура может привести к ценовой дискриминации?
9. Какова цель осуществления фирмами стратегии дифференциации товара?
10. Назовите формы дифференциации товара.
11. В чем сущность модели монополистической конкуренции Чемберлина?
12. Каков вклад Диксита и Стиглица в исследования рынка монополистической конкуренции?
13. Как влияет дифференциация продукта на рыночную цену в модели Бертрана?
14. Дайте характеристику горизонтальной дифференциации продукта. Приведите примеры.
15. Опишите модель пространственной дифференциации Хотеллинга.
16. В чем особенности модели дифференциации продукта Ланкастера?
17. Каковы характеристики вертикальной дифференциации продукта? Опишите их на примере модели.
18. Как можно определить степень дифференциации продукта на рынке?
19. Как определить оптимальный уровень расходов на рекламу?
20. Какие виды рекламы используются сегодня и чем это объясняется?
21. Что представляет собой система продвижения товара на рынок?

### *Задания для самостоятельной работы*

#### *Тесты*

1. Дифференциация продукта позволяет производителям:
  - а) взимать за товар более высокую цену, чем в условиях свободной конкуренции;

б) устанавливать цену на товар столь же свободно, как и в условиях монополии;

в) тратить на изготовление продукции меньше ресурсов;

г) производить продукцию в объемах соответствующих объемам совершенной конкуренции.

2. Среди перечисленных ниже утверждений определите неправильное:

а) в условиях совершенной конкуренции фирма выпускает дифференцированную продукцию, не обладая при этом никакой рыночной властью;

б) в условиях монополистической конкуренции соперничают 2-3 производителя конкретного товара, господствующие на рынке данной продукции;

в) признаком монополии является абсолютное, ничем не ограниченная рыночная власть производителя соответствующей продукции;

г) все приведенные выше утверждения неверны.

3. Измерить дифференциацию продукции можно различными способами (назовите неверный):

а) по количеству торговых марок;

б) по показателям перекрестной эластичности;

в) по количеству иностранных торговых марок;

г) по объему расходов фирм на рекламу.

4. Автор модели “линейного города”:

а) Хотеллинг;

б) Салоп;

в) Ланкастер;

г) Саттон.

5. Когда экономисты используют понятие “дифференциации продукта”, то они подразумевают под этим:

- а) внесение изменений в конструкцию реализуемого фирмой продукта;
- б) усилия по повышению потребительской ценности блага;
- в) тип поведения фирмы направленной на выделение своего продукта в ряду конкурирующих;
- г) расширение производимого фирмой продукта.

6. Фирмы применяют продуктовую дифференциацию для того, чтобы:

- а) увеличить свою рыночную власть;
- б) облегчить потребителям возможности для оптимизации выбора;
- в) добиться более полного удовлетворения потребностей потребителей;
- г) соответствовать требованиям глобальной конкуренции.

7. Что из перечисленного является признаком дифференциации продукта?

- а) тип упаковки (картонный пакет, бутылка, алюминиевая банка);
- б) форма продукта (россыпью, гранулы, в пакетиках);
- в) сертификационный знак;
- г) гарантийный срок;
- д) все перечисленное.

8. Полная экономическая эффективность функционирования рынка достигается только в том случае, если:

- а) отраслевой рынок представлен стандартизированным продуктом;
- б) отраслевой рынок характеризуется устойчиво растущим спросом;
- в) действующие на отраслевом рынке фирмы функционируют эффективно;
- г) действующие на отраслевом рынке фирмы не получают экономической прибыли.

9. Если рынок монополистической конкуренции характеризуется гомогенным (равномерным) распределением доли фирм, то кривая спроса

на продукт отдельной фирмы будет походить на кривую спроса совершенно конкурентной фирмы тем больше, чем:

- а) более разнообразна продукция фирм;
- б) меньше разница между ценой и средними издержками производства;
- в) больше избыточные производственные мощности у фирмы;
- г) менее дифференцирована продукция фирм.

### *Темы проектов*

1. Подходы к измерению бренд – капитала.
2. Модели вертикальной дифференциации продукта.
3. Роль дифференциации продукта для адаптации Российских предприятий на отраслевых рынках.
4. Модели дифференциации продукта.
5. Последствия различных типов продуктовой дифференциации.
6. Типы продуктовой дифференциации.
7. Природа продуктовой дифференциации.

### *Темы экономических эссе*

1. «Россия никогда не имела ничего общего с остальной Европой... история ее требует другой мысли, другой формулы (А.С. Пушкин).
2. «Наиболее быстрым бывает разорение тех, кто расходует больше, чем приносит выручки их продукция» (А.П. Паршев).
3. Экономическая природа бренда и их эффективность.
4. Теории оптимального уровня продуктового разнообразия.
5. Значения дифференциации продукта для экономики отраслевых рынков.

*Рекомендуемая литература по теме*

1. Федеральный закон «О внесении изменений и дополнений в закон РСФСР». «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» // Финансовая газета. – 2002. - № 47.
2. Кабраль Луис М. Б. Организация отраслевых рынков. Минск. “Новое знание” 2003. 355 с. гл. 12.
3. Рой Л. В., Третьяк В. П. Анализ отраслевых рынков. М. ИНФРА – М. 2008. 441 стр., гл. 3.
4. Третьяк В. В. Курс лекций. Лекция 3. Дифференциация продукта на отраслевом рынке. Российский экономический журнал. 2001. №9 с. 75-81.
5. Хитер Кен. Экономика отраслей и фирм. М. “Финансы и статистика.” 2004. 477 с. гл. 12.
6. Филлипов П. Кластеры конкурентоспособности. – Эксперт. Северо-Запад. 2007, №43. С. 16-19.

*Тема 8. Инновационная деятельность и структура рынка (8 занятие)*

*Вопросы для обсуждения*

1. Природа инновационной деятельности. Процесс инновационной деятельности.
2. Структура рынка, патенты и технологические инновации.
3. Влияние инновационной деятельности на структуру рынка.
4. Факторы, способствующие и препятствующие инновационной деятельности.

*Контрольные вопросы*

1. Какими факторами определяются инновационное развитие предприятия?
2. Как инновации влияют на эффективное использование конкурентных преимуществ?
3. Каковы особенности инновационного развития предприятий, отраслей?
4. Как вы понимаете инновационное развитие предприятия как стратегическое направление деятельности?
5. Изучите инновации на отраслевых рынках и возможности их применения в РФ и РТ.
6. Приведите примеры, показывающие инновационный климат в отраслях РФ и РТ.
7. Как определяются инновационная стратегия фирм на отраслевых рынках?
8. Является ли монополия «злом» или «благом» для общества. Кто выигрывает и кто проигрывает в результате установления монополии? Всегда ли монополия приводит к Х-неэффективности? В каких случаях монополия способствует техническому прогрессу?
9. Препятствуют ли патенты, лицензии и авторские права конкуренции? И если да, должны ли такие ограничения конкуренции иметь место в экономике?
10. Каковы направления государственной научно-технической политики?
11. Какие задачи определены в области развития науки и технологии на период до 2010 года?
12. Назовите важнейшие направления государственной политики в области развития науки и технологии.
13. Определите направления инновационного развития в базовых отраслях.



14. В чем суть проекта стратегии инновационного развития РФ на период до 2030 года.

*Задания для самостоятельной работы*

*Тесты*

1. В структуру отраслевой политики не входят:
  - а) антимонопольная политика;
  - б) инвестиционная политика;
  - в) инновационная политика;
  - г) внешнеторговая политика.
2. Технологическая эффективность – это:
  - а) наилучший способ снижения производственных затрат;
  - б) применения наиболее передовой для данных условий технологии;
  - в) наилучший способ замещения в производстве работников машинами;
  - г) наилучшее для обеспечения заданного объема выпуска сочетание производственных факторов.
3. В каком соотношении находятся новая технология и основная проблема экономики?
  - а) развитие новой технологии позволяет производить новые продукты;
  - б) развитие новой технологии способствуют повышению качества продукции;
  - в) развитие новой технологии обеспечивает решение экологических проблем;
  - г) развитие новой технологии способствует решению остроты проблемы редкости благ.

4. Если технология остается неизменной, то что можно сказать о сравнительной производительности фактора производства для краткосрочного и долгосрочного периодов?
- а) она будет выше в краткосрочном периоде;
  - б) она будет выше в долгосрочном периоде;
  - в) тип периода не оказывает влияния на производительность факторов;
  - г) она будет одинаковой, если применяется одинаковое количество фактора.
5. Капиталоинтенсивным называется тип научно-технического процесса, который:
- а) сопровождается снижением предельной нормы замещения капитала трудом;
  - б) сопровождается применением трудосберегающих технологий;
  - в) обеспечивает переход к более интенсивному использованию оборудования;
  - г) верны ответы а) и б).

#### *Темы проекта*

1. Результативность функционирования отраслевых рынков как фактор экономического роста.
2. Природа инновационной деятельности.
3. Влияние инновационной деятельности на структуру рынка.
4. Инвестиционный климат в нефтедобывающей отрасли РФ.
5. Инвестиции и эффективность отраслей РФ и РТ.
6. Связь структуры отраслевых рынков стимулами и способностью к инновационной деятельности

7. Промышленные инновации. Взаимосвязь между структурой рынка и инновациями.
8. Технологические инновации и их влияния на эффективность экономики отраслевых рынков.

*Темы экономических эссе*

1. «Какие бы не были к тому причины, изъяны рынка привели к недостатку инвестиций в человеческий капитал» (Фридман М.)
2. «Задача предпринимателя – реформировать и революционировать способ производства путем внедрения новых изобретений» (Шумпетер И.)
3. «Счастлив наш век, кому победа далась не кровью, а умом, счастлив, кто точку Архимеда умел сыскать в себе самом» (Тютчев Ф.)

*Рекомендуемая литература по теме*

1. Постановление Правительства РФ от 12 июля 1999 г. № 793 «Об утверждении Положения о Министерстве РФ по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства».
2. Бекетов Н. В. Инновационные направления развития Интернет-технологий в системе банковского обслуживания / Н. В. Бекетов, И. В. Извольская // Финансы и кредит. – 2008. - №3. – С.2-5.
3. Бекетов Н. В. Механизм венчурного финансирования инновационных процессов /Н. В. Бекетов //Финансы и кредит. – 2008. - №9. – С.69-71.
4. Бекетов Н. В. Факторы инновационной конкурентоспособности развития российской экономики / Н. В. Бекетов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2008. - №1. – С.59-66.

5. Бекетов Н. В. Цикличность развития экономической системы и инновационные отношения в конкурентной среде / Н. В. Бекетов // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. - №2. – С.10-16.
6. Буркова А. Ю. Венчурное финансирование / А. Ю. Буркова // Управление корпоративными финансами. – 2008. - №1. – С.38-45.
7. Валентей С. Контринновационная среда российской экономики. //Вопросы экономики, 2007, №10. С.132
8. Воронина Л. А. Инновации в эпоху глобализации / Л. А. Воронина, С. В. Ратнер, Д. В. Кравченко //Дайджест-Финансы. – 2008.- №1.– С.46-50.
9. Воронина Л. А. Формализованные механизмы оценки и выбора инноваций при предоставлении проектного финансирования / Л. А. Воронина, Е. В. Трофименко, С. В. Ратнер // Экономический анализ: теория и практика. – 2008. - №5. – С.18-21.
- 10.Вотякова И. В. Компетенции и мобильность персонала в условиях инновационного развития кадрового потенциала организации / И. В. Вотякова // Управление персоналом. – 2008. - №4. – С.55-56.
- 11.Гаврилов А. И. Дуализм воздействия монополизма на инновационную составляющую инфраструктурного сектора рынка России / А. И. Гаврилов // Аудит и финансовый анализ. – 2007. - №4. – С.264-268.
- 12.Дасковский В., Киселев В. Фактор времени при оценке эффективности инвестиционных проектов. // Экономист №1, - 2008 г. с. 55-67.
- 13.Дунаев И. П. Роль государства в создании и функционировании инновационной экономики. Вестник МГУ №5 – 2007 г. с. 3-13.
- 14.Кабраль Луис М. Б. Организация отраслевых рынков. Минск. “Новое знание.” 2003. 355 с. гл. 16.

15. Курбатов О., Новиков Д., Новиков Ф. Базовая и инновационная логистика как две части единой науки и сфера деятельности. Риск №2 – 2007, с. 60-67.
16. Петров В. К. Модернизация экономики России: структурный аспект. Риск №4. 2007. с.6-13.
17. Петрунин В. В. Особенности налогообложения в особых экономических зонах Российской Федерации / В. В. Петрунин // Аудитор. – 2008. - №1. – с.23-28.
18. Позднякова В. Я., Казаков С. В. Экономика отрасли. Уч. пособие. М. ИНФРА – М 2008. 307с., гл.. 8, 11.
19. Полтерович. Стратегия модернизации, институты и коалиции. Вопросы экономики №4. – 2008. с. 4-24.
20. Разумов И. В. Инвестиционная модель отраслевого развития (эмпирический анализ и среднесрочный прогноз объемов инвестиционных вложений) / И. В. Разумов // Финансы и кредит. – 2008. - №2. – с.15-23.
21. Райсберг Б. Государственное управление инновационными процессами / Б. Райсберг, Н. Морозов // Экономист. – 2008. - №1. – С.35-38.
22. Рой Л.В., Третьяк В.П. Анализ отраслевых рынков. М. ИНФРА – М. 2008. 441 стр., гл. 14.
23. Российский финансовый рынок: проблемы повышения конкурентоспособности и роли в инновационном развитии экономики (по материалам круглого стола, проведенного в Финансовой академии при правительстве РФ) // Финансы и кредит. – 2008. - №4. – С.2-19.
24. Русанов Ю. Ю. Риски и шансы инноваций и особенности их реализации в банковском менеджменте / Ю. Ю. Русанов // Бизнес и банки. – 2008. - №3. – С.5-7.

- 25.Самарин А. В. Оптимизации внутренних и внешних источников финансирования инновационного развития (на примере предприятий черной металлургии) / А. В. Самарин // Финансы и кредит. – 2008. - №6. – С.49-55.
- 26.Цветков В. А. Подкрепить инновационное развитие промышленной политикой. Экономист, №3, 2008, с. 30.
- 27.Черток Л. Е. Инновационные методы ценообразования в условиях дифференциации продукции машиностроительных предприятий / Л. Е. Черток // Экономика и управление: Российский научный журнал. – 2007. - №6. – С.125-129.
- 28.Шумпетер И. Теория экономического развития. М. 1989.
- 29.Яковец Ю. В. Глобализация и взаимодействие цивилизаций. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Экономика, 2003. 411 с.

#### *Тема 9. Регулирование отраслевых рынков (9 занятие)*

##### *Вопросы для обсуждения*

1. Отраслевые рынки и государство. Регулирование и дерегулирование. Отраслевая политика и ее типы. Методы проведения антимонопольной политики государства.
2. Институты, реализующие антимонопольную политику государства.
3. Государственная отраслевая политика на состоятельных и не состоятельных рынках.
4. Методы государственного регулирования естественных монополий. Проблемы национализации и приватизации естественных монополий. Естественные монополии в России и в странах с рыночной экономикой.

### *Практические задания*

1. Джон Мейнард Кейнс писал: «Идеи экономистов и политических мыслителей – когда они правы, и когда ошибаются – имеют гораздо большее значение, чем принято думать. В действительности только они и правят миром. Люди практики, которые считают себя совершенно не подверженными интеллектуальным влияниям, обычно являются рабами какого-нибудь экономиста прошлого. Безумцы, стоящие у власти, которые слышат голос с неба, извлекают свои сумасбродные идеи из творений, какого-нибудь академического писака, сочинявшего несколько лет назад» (Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Прогресс, 1978. с. 458). Прокомментируйте это утверждение. Можете ли вы назвать имена экономистов, чьи идеи в разные периоды оказывали влияние на экономическую политику России?

### *Контрольные вопросы*

1. Каковы условия необходимости государственного вмешательства на функционирование отраслевого рынка.
2. Какова результативность деятельности государства в регулировании несостоятельных рынков.
3. Как определяется результативность государственной отраслевой политики.
4. О чем говорит международная и Российская практика антимонопольного регулирования.
5. Как влияет неопределенность среды в отрасли на государственное регулирование.
6. Какими методами государство регулирует монополии за рубежом и РФ.

7. Чем определяются особенности регулирования естественных монополий.
8. Определите проблемы эффективности государственного регулирования рыночных структур с точки зрения общества, с точки зрения фирм.
9. Какие институты реализуют антимонопольную политику государства.
10. Назовите мотивы вмешательства государства в процесс функционирования рынка.
11. Перечислите формы государственного вмешательства в процесс функционирования рынков.
12. Каковы ценовые методы регулирования отраслей естественных монополий?
13. Охарактеризуйте неценовые методы регулирования отраслей естественных монополий.
14. Назовите мотивы дерегулирования процесса развития отраслей.
15. Дайте определение процесса приватизации.
16. Перечислите мотивы приватизации.
17. Каково влияние процесса приватизации на формирование отраслевых рыночных структур в РФ.
18. Теоретические основы государственной антимонопольной политики.
19. Государственная политика в отношении монополистических структур.
20. Государственная антимонопольная политика в отношении слияний и поглощений.
21. Особенности государственной политики относительно соглашений о фиксировании цен и ценовой дискриминации.
22. Определите цель государственной конкурентной политики.
23. Определите основные направления развития российской конкурентной политики.



24.С какими трудностями сталкивается проведение российской конкурентной политики?

*Задания для самостоятельной работы*

*Тесты*

1. Базовой причиной необходимости государственной отраслевой политики служат:

- а) провалы рынка;
- б) внешние эффекты;
- в) монопольная власть;
- г) несовершенство системы информации.

2. В чем заключается экономическая природа естественных монополий:

- а) повышение значений средних издержек над предельными;
- б) повышение значений предельных издержек над средними;
- в) положительный эффект масштаба;
- г) экономия от разнообразия продукции.

3. По используемым методам государственная отраслевая политика подразделяется на:

- а) внутреннюю, внешнюю и смешанную;
- б) пассивную и активную;
- в) наступательную и защитную;
- г) политику, направленную на продавцов и покупателей.

4. Цели отраслевой политики государства достигаются методом:

- а) повышения ВВП;
- б) повышения уровня экономического развития государства;
- в) повышения инвестиционной активности;
- г) повышения конкурентоспособности рынков.

5. Какая отраслевая политика ставит основной целью борьбу с монополиями:

- а) пассивная защитная;
- б) пассивная наступательная;
- в) активная защитная;
- г) активная наступательная.

6. Почему необходимо государственное регулирование отраслевых рынков?

- а) т.к. именно государство защищает права потребителей;
- б) т.к. деятельность государства определяет ту экономическую среду, в которой принимает решение современная фирма;
- в) т.к. деятельность государства основана на НИОКР;
- г) т.к. деятельность государства направлена на защиту национальной промышленности.

7. В структуру отраслевой политики не входит:

- а) антимонопольная политика;
- б) научно-техническая политика;
- в) социальная политика;
- г) внешнеторговая политика.

8. К целям отраслевой политики государства относится:

- а) воздействие государства на деятельность фирмы;
- б) воздействие конкурентов друг на друга;
- в) поддержка государством фирм;
- г) взаимодействие различных фирм.

9. Какие направления государственного регулирования отраслевых экономик были разработаны на основе теорий Дж.Кейнса его последователями?

- а) антиинфляционная политика государства;
- б) антициклическое регулирование экономики;
- в) теория промышленных кризисов;
- г) теория экономического роста.

10. Какие основные виды государственного регулирования отраслевых рынков используются в Российской Федерации?

- а) перераспределение доходов государства с целью устранения неравенства;
- б) регулирование цен на продукцию естественных монополий;
- в) регулирование деятельности монополий;
- г) воздействие государства через регулирование денежной массы.

#### *Темы проекта*

1. Международная и отечественная практика антимонопольного регулирования.
2. Государственная промышленная политика и результативность отраслей экономики.
3. Методы государственного регулирования естественных монополий.
4. Отраслевые рынки и государство.
5. Отраслевая политика и ее виды.
6. Перспективы развития естественной монополии.
7. Проблемы и ограничения государственного регулирования.
8. Внедрение конкуренции на рынок естественных монополий.
9. Значение дерегулирования приватизированных фирм.
10. Необходимость контроля за отраслевыми рынками со стороны государства.
11. Возможности государственной промышленной политики с точки зрения ее влияния на результативность отраслевых рынков.

12. Перспективы развития естественных монополий.
13. Особенности функционирования естественных монополий.
14. Естественные монополии в России и в странах рыночной экономики.
15. Результативность государственного регулирования на отраслевых рынках РФ и РТ.
16. Государственное регулирование естественных монополий в РФ и РТ.

*Темы экономических эссе*

1. «В стране, которой хорошо правят, стыдятся бедности. В стране, в которой правят плохо, стыдятся богатства» (Конфуций, V в. до н.э.).
2. «Не молись на рынок, как на икону, считая, что он может сделать все» (С.Меньшиков).
3. «То-то вот реформы – то на неприготовленную – то почву, да еще списанные с чужих учреждений, - один только вред! – Черт» (Ф.Достоевский).

*Рекомендуемая литература по теме*

1. Артемов А. Модернизация государственного управления экономикой / А. Артемов, А. Брыкин, В. Шумаев // Экономист. – 2008. - №4. – С.3-14.
2. Великая Е. Г. Затраты промышленного предприятия и управление / Е. Г. Великая // Аудит и финансовый анализ. – 2007. - №4. – с. 217-225.
3. Воробьева Л. Формирование либерализационной модели газового рынка / Л. Воробьева, О. Воробьева // Проблемы теории и практики управления. – 2008. - №2. – С.23-28.
4. Головнин М. Денежно-кредитная политика России и стран Центральной и Восточной Европы в условиях финансовой глобализации / М.

- Головнин // Проблемы теории и практики управления. – 2008. - №1. – С.64-72.
5. Кабраль Луис М. Б.. Организация отраслевых рынков. Минск. “Новое знание.” 2003. 355 с. гл. 8, 16, 17.
  6. Китаев А. А. Назревает ли в России новый финансовый кризис? / А. А. Китаев // Финансы и кредит. – 2008. - №3. – С. 19-25.
  7. Кушлин В. Государственное регулирование экономики: назревшие решения // Экономист. – 2007.- №11. – С. 3-12.
  8. В. Мау. Экономическая политика 2007 года: успех и риски// Вопросы экономики, - №2, - 2008 г. с. 4-25.
  9. Пласкин С. Жулин А. Пути модернизации государственного аппарата: административная реформа и реформа государственной гражданской службы // Вопросы экономики – 2008. - №2. с. 73-82.
  10. Позднякова В. Я., Казаков С. В. Экономика отрасли. Уч. пособие. М. ИНФРА – М 2008. 307с., гл.. 10.
  11. Рой Л. В., Третьяк В. П. Анализ отраслевых рынков. М. ИНФРА – М. 2008. 441 стр., гл. 9, 11, 12, 14.
  12. Смирнов А. Государственно-корпоративный сектор и его развитие // Экономист – 2008. - №1. с. 3-14.
  13. Рожкова С. Анализ мирового опыта использования государственно-частного партнерства в различных отраслях экономики / С. Рожкова // Рынок ценных бумаг. – 2008. - №1. – С.50-55.
  14. Хитер Кен. Экономика отраслей и фирм. М. “Финансы и статистика.” М. 2004. 477 с. гл. 13.
  15. Шакуров И. Г. Институциональная концепция соотношения рыночного и государственного регулирования экономики // Проблемы

современной экономики. Евразийский международный научно-аналитический журнал. – 2006. – ½. – с. 60-63.

16. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия. Пер. с англ. М. Экономика. 1995. с. 540.
17. [www.conceptmarket.ru](http://www.conceptmarket.ru), [www.rosinvest.ru](http://www.rosinvest.ru)